

“不卖隔夜肉”“让每一餐都新鲜”

# 钱大妈重新定义“家门口的菜市场”

“在中国,生鲜、肉、菜是消费者日常饮食生活的高频刚需产品。但传统的农产品具有上下游高度零散,流通链条长,保鲜难、损耗高等特点,不仅很难标准化,还容易产生诸多食品安全问题。而传统的农贸市场也有距离远、环境脏乱差等问题,消费者买菜体验比较差。”2012年,钱大妈创始人冯冀生先生敏锐洞察到在人民生活水平迅速提高情况下,消费者对食之新鲜越加重视,因此创立了钱大妈,以“不卖隔夜肉”作为经营理念,通过独创的“日清模式”和“定时打折”机制,从新鲜角度重新梳理传统生鲜行业的标准,对肉菜市场进行新的定义。

■采写:新快报记者 陆妍思



■钱大妈门店。



■贵州五谷蛋。

## 瞄准1公里生活圈,稳健拓店近3300家

对于城市居民来说,菜市场离家远,想要买到新鲜的肉、菜成为了生活难题。为了给广大消费者提供便利服务,让社区居民可以不用大费周折,走到楼下就能买到新鲜的生鲜菜品,钱大妈在顾客的1公里生活圈内,打造“家门口的菜市场”,门店选址首选小区门口、最靠近社区居民的地方。

钱大妈秉承“让每一餐都新鲜”的使命,每天都会将新鲜的蔬菜、肉、鱼、熟食、水果等送达顾客小区楼下的门店,满足顾客一日三餐的食材和营养

## 线上线下融合发展,提供一站式购物服务

为推动“不卖隔夜肉”经营理念的可持续发展,钱大妈紧跟战略定位——做顾客“家门口的菜市场”,前瞻行业趋势,2018年开始尝试开拓生鲜无人柜项目,让“家门口的菜市场”再进一步。

随着时代的发展和科技的进步,人们越来越追求方便、快捷的生活。钱大妈也与时俱进,在2019年成立了新零售业务部,并上线运营“钱大妈”小程序,以“到店+到家+接龙”业务联动线下渠道,构筑钱大妈立体化销售平台,最大化覆盖不同需求和不同消费习惯的人群。

今年钱大妈十周年庆典上,钱大妈总经理冯卫华女士表示:“让场景完整、用商品说话、靠数字决策,这是钱

## 每个环节高效流转,让顾客吃上新鲜放心菜

“不卖隔夜肉”的初衷,就是让每一位顾客能够吃上新鲜、健康的放心菜。钱大妈通过从加盟商、供应商到公司的仓配体系,每个环节都做到产品的高效流转,来兑现给消费者的承诺。在加盟商层面,钱大妈寻找高度认可公司经营理念的合作伙伴,保障了门店端的产品“日清”;在供应商层面,钱大妈与产品供应商深入合作,共同推进技术升级,保障产品来源端的高效供应。

对于生鲜企业来说,供应链体系至关重要,钱大妈也投入大量人力、物力资源,打造了独特的“T+2”模式保证所有货品新鲜、及时到店。钱大妈加盟店需提早两天订货,供应链整合订单并分解给供应商,供应商组织货源在次日晚上完成交付,供应链要在当天晚上把货分拣完成,再由配送体系

需求。“以前去菜市场要走很远,现在有了钱大妈,菜品不仅新鲜又安全,价格比菜市场还便宜,最重要是离家近,家里腿脚不方便的老年人也可以常常来店里逛逛,解决了一大生活难题。”一位钱大妈会员如是说。

经过十年的稳健发展,钱大妈已在全国布局超30座城市,门店总数近3300家,服务家庭超1000万,经营蔬菜、水产、水果、猪肉类、肉类(非猪肉)、蛋奶、加工食品、综合标品八大生鲜品类,逾500种优质产品。

大妈迈向新十年的3个关键。”

让场景完整,打造一个线下门店、线上商城、菜吧无人柜的全渠道多场景的网络,核心是解决扩品类和顾客年轻化的问题,拥有年轻人的品牌才能更好地进入下一个十年;用商品说话,通过打造更有竞争力的商品,发挥钱大妈“新鲜、便捷、优选”的品牌认知,同时开发自有品牌,从而强化消费者的心智和有效管控商品品质;靠数字决策,数字化应该成为企业的基础能力,经过十年的投入和积累,钱大妈的信息化已初具规模,未来十年,公司还将在数字化转型上投入更多资源,赋能精细化运营及价格数字化管理,以实现持续领先。

在凌晨五点半之前送达终端加盟店,以保证上市产品新鲜优质,满足消费者对高品质食材的要求。

在运送过程中,钱大妈从种植基地源头、冷链运输、仓库到门店,业务全链路的各个节点都进行了质量管控。目前,钱大妈建立了29个现代标准化的快检实验室,同时也委托专业的第三方机构——比如华测、中检、凯吉星等驻点在钱大妈的仓库开展检测,确保产品质量和安全。

除了检测以外,钱大妈在种植端也做了很多前置工作。在直采基地,钱大妈要求供应商、农户一定要按照严格的标准来种植,从源头高效解决农药、农残问题。通过这样层层把关,高要求的执行规范标准体系,钱大妈能够为消费者提供更好的、更新鲜的生鲜产品,做大家“家门口的菜市场”。

## 【链接】

## 牢记社会责任,助力乡村振兴及民生保供

作为国内社区生鲜的领军品牌,钱大妈时刻谨记企业社会责任,不断发挥科技创新、渠道化及市场化优势,将物美价廉的助农产品送上消费者餐桌,助力乡村振兴。疫情期间更是心系群众,确保肉菜蛋量足价稳,保障民生。

### 助力乡村振兴: 贵州五谷蛋“出山入湾”年销逾亿枚

利用全国近3300家门店的渠道优势,钱大妈将消费端、养殖端连接起来,从新鲜角度全面颠覆了传统农产品流通与销售模式,为助力乡村振兴提供了新思路:以线上线下渠道联动,带动整个农产品“产、供、销”一体化发展,以基地直供模式,与优质供应商强强联合,优选多地特色农产品,足迹涉及贵州、河北、江西、云南等区域。

贵州五谷蛋正是通过钱大妈门店成功实现“出山入湾”,走上更多百姓的餐桌。

贵州五谷蛋由吸天然氧吧、食科学配比的五谷杂粮、喝纯净山泉水的蛋鸡产出,全程无抗养殖,且当天产蛋、当天发出,到仓后人工分拣,只留精品蛋。这些蛋从基地到仓全程控制在72小时内,每日清晨新鲜上架。

在产品盒的包装上,钱大妈加入了具有贵州特色元素的设计,加强产品的形象塑造。此外,钱大妈一方面利用地铁灯箱、公交车、城市商圈、微信朋友圈等传媒资源,进一步提升消费者对贵州五谷蛋的认知,助力产品破圈;另一方面,利用自身平台优势,进行各种直播带货、品牌专题推文等,将流量转化为销量,不断提升贵州五谷蛋的品牌形象,全力打造特色鲜明、品质优良的贵州五谷蛋的“金字招牌”。

通过以宣传引流树立品牌形象,以品质提升创造品牌价值,钱大妈助推帮扶产业的裂变式发展。统计显示,5年来,钱大妈坚持长期定点采购

贵州五谷蛋,年销逾亿枚。钱大妈与贵州金西生态农业有限公司联合带动贵州赫章县水塘堡彝族苗族乡、赫章县双坪乡的农户共861户,户均增收1116元/年;钱大妈通过与深圳市深业丰农优品科技有限公司签订采购合同,在生产经营中通过土地流转、务工等解决了江口县官和乡新田村群众就业50余户158人,户均增收6万元/年,有效促进当地农业农村经济的发展。

### 助力民生保供: 3-5倍量备货,捐赠肉菜超300万吨

全国各地疫情防控期间,钱大妈发挥门店区位优势,助力疫情防控工作,用实际行动做好最后一公里的物资保障工作。

以10月底发生疫情的广州为例。其间,钱大妈按照日常的3-5倍供应,确保物资充足。同时启动了二次配送机制,公司会对门店货量保持实时监控,收集门店数据后,及时调配资源对缺货门店进行二次补货,尽最大努力保证群众可以安心购买民生物资,并做好引导工作,呼吁广大市民理性消费、合理购买生活物资。

确保物资供应充足的同时,钱大妈还在广州、深圳、香港、上海、重庆、成都、郑州、长沙、西安、武汉等城市进行爱心捐赠,累计捐赠新鲜蔬菜肉品超300万吨。



■钱大妈门店生鲜陈列。